

电子商务对营销理念与策略影响的主要方面 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64389.htm)

[_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64389.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64389.htm) 电子商务对营销理念与策略影响的主要方面

- 1.推动市场营销新观念的(1)速度要快。在网络市场上从事营销活动，讲究的是一个"快"字，速度要高，行动要快。这种速度，首先表现在产品的更新换代上，其次表现在商业网站内容更新的速度上。没有内容更新的网站，很快就会被顾客抛弃。第三，这种速度表现在信息查询的速度上。查询速度慢的网站，包括主页调出缓慢、检索功能不畅的网站，都不可能受到顾客的青睐。(2)信用要高。电子商务是无纸贸易，与传统的营销方式相比，没有物理介质保证交易的安全性，它所依赖的是密码、认证和其他保密措施。在这样一个市场中，信用程度的高低是关系到企业生死存亡的大问题。没有信用的企业，很难在网络上长久地把生意做下去。因为网络上的企业、产品太多了。人们可以从几十个、甚至儿百个生产厂家中选择质量、服务过硬的产品，也可以选择众多的代用品。而且，由于Internet低廉的BBS功能，消费者发现自己买的是假冒伪劣产品，可以方便地将自己的"帖子"粘到BBS广告板上.从而导致企业信誉的大幅度下降。对客户来讲，也同样存在一个信用观念的培养问题。认真履行电子合同，按时支付款项，是每一个客户应当树立的消费新观念。(3)服务要好。电子邮件为厂商与客户之间的沟通创造了极为有利的条件。最大的特点在于快捷、准确，能够及时反映客户的意见。及时回复客户的电子邮件，满足客户的合理要求，提供优质的售后服务，努力改善与客户的

关系，是每个厂商必须树立的电子营销新观念。2.促使营销策略从传统的4PS模式向新的4CS模式的转变电子商务使顾客在整个营销过程中的地位得到提高，顾客可以直接与产品生产或服务提供者进行沟通，顾客对营销活动参与性增强，而且选择的主动性也得到加强，因为网上丰富的信息使顾客的选择余地变得很大。因此，企业必须严格地执行以消费者需求为出发点，以满足消费者需求为归宿点的现代市场营销思想，否则难以在竞争中取胜。所以电子商务的营销首先要求把消费者整合到整个营销过程中来，从他们的需求出发开始整个营销过程，在营销过程中，要不断地与顾客交流，每一个营销策略都要从消费者的角度出发，这就要求企业将传统被动了解市场及制定营销策略的4PS(产品、价格、渠道和促销)模式，改为以顾客为中心的4CS(客户、成本、方便和沟通)模式，即产品开发必须以顾客需求为前提，产品的定价以顾客能接受为准，对分销渠道的设置以方便顾客为准，改变传统的"推"式促销为"拉"式沟通策略，从而最终实现消费者的满足和企业利润的最大化。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com